https://cpr.org.ar/podcast-posibles-perfiles-de-un-termino-contenedor/

Podcast: posibles perfiles de un término contenedor

Publicado el Por Francisco Godinez Galay

Todo es podcast, pero algunos lo son desde lo técnico y otros desde lo creativo y conceptual.

El fenómeno del podcasting está entre nosotrxs y constituye una apasionante forma que adopta la necesidad humana de comunicación sonora. Hace un tiempo comenzábamos a reflexionar acerca de sus características y alcances, en un intento de profundizar en su conocimiento y acercarnos desde lo radiofónico. Allí, identificábamos tres momentos del podcast, caracterizados por las diferentes formas de entenderlo: en sus comienzos, como una **tecnología facilitada por la empresa Apple**; enseguida, su extensión a entenderlo genéricamente como **contenido radiofónico disponibilizado a través de Internet**. Posteriormente, los podcasts como ciclos de **programas de nicho realizados por jóvenes**, grabados y subidos a la red.

Tiempo después actualizamos este recorrido, identificando una cuarta forma a la que llamamos podcast storytelling y que constituye un nuevo escalón en el desarrollo del fenómeno, asociado a **contenidos muy producidos, con una preocupación deliberada sobre el guión, la edición y la calidad de sonido**. Son diferentes a los podcasts magazine que hacen uso de la improvisación, la desfachatez estética y el instinto.

Pensando un poco más sobre este fenómeno en constante evolución, y con diferentes niveles de apropiación y desarrollo dependiendo del lugar, entendemos pertinente una nueva reflexión acerca de sus características, que permitiría seguir entendiendo por qué contenidos tan disímiles como los que venimos describiendo entran por igual en la categoría podcast. Así, nos parece útil entender que el término podcast tiene una doble acepción dada por su uso, que según el investigador Agustín Espada se vinculan a si se hace énfasis en la etapa de distribución o en la de producción. Entendemos al podcast desde su perfil **tecnológico** y desde su perfil **conceptual** u ontológico, surgido de lo narrativo pero que va más allá.

Con la **primera**, podemos definir como podcast a un **contenido radiofónico grabado y subido a Internet, plausible de ser descargado para su escucha, portátil o no**.

Con la **segunda**, atendiendo a la etapa de producción, comprenderemos que el concepto de podcast responde a **un movimiento y a una familia de formas narrativas y de métodos de creación radiofónica**. Son los podcasts magazine, hechos como ciclos con cierta periodicidad, improvisados sobre un tema de nicho, con básicos conocimientos radiofónicos y una estética descomprometida; pero también los podcast storytelling, realizados con esmero en la calidad, con guión, grabaciones pulcras y una edición profesional.

En ambos tipos de contenido, totalmente diferentes entre sí, existe la concepción de la pieza como algo pensado para publicar en Internet (no se trata del reformateo de algo que sucedió al aire de una radio tradicional, ni un programa emitido por onda hertziana en vivo y luego subido a Internet).

Aquí, es podcast cuando existe la previsión de que ese contenido será descargado para una escucha asincrónica, que el oyente va a buscar ese contenido y entabla un contrato de interés que le permite al productor realizar contenidos más experimentales que en la onda hertziana cuyas funciones pueden inclinarse más a la compañía y a una escucha de fondo. Estos podcasts son hechos por *podcasters*, productores y autores que realizan obras específicamente planeadas para este territorio.

Hay podcasts que se sienten podcasts, y hay podcasts que lo son por la mera conjunción de características técnicas o formales.

Esta distinción nos permite entender por qué un recorte de una entrevista de una radio tradicional en vivo puede ser considerada un podcast cuando está lejos del movimiento podcaster. O por qué un ciclo improvisado de 300 emisiones de dos horas sobre cómic es tan podcast como una serie de cinco episodios de una investigación periodística ultraeditada.